

Por Amanda Guereschi (*)



Manter um time engajado e comprometido com a missão e os valores da empresa nunca foi tarefa fácil. Mesmo empresas que possuem um propósito claro e envolvente, muitas vezes, não conseguem gerar o tão sonhado comprometimento dos colaboradores. Como resultados, técnicas

de *employer branding* estão cada vez mais disseminadas e tornaram-se uma preocupação frequente das áreas relacionadas a Recursos Humanos. Em um mundo volátil e global, onde as relações de trabalho mudam constantemente, encontrar uma estratégia realmente eficaz tornou-se um grande desafio.

Há algumas décadas, vimos crescer no mundo corporativo o foco em oferecer inúmeros benefícios relacionados à descontração e/ou desconpressão. Necessários, obviamente, para garantir o bem-estar do colaborador, estes benefícios trazem sim uma satisfação, porém com efeitos mais pontuais e momentâneos. O real envolvimento com a companhia não se gera a partir somente destas práticas.

Se o foco é criar um comprometimento de longo prazo, no qual o colaborador também se sinta efetivamente parte da empresa, uma estratégia que pode ser avaliada cuidadosamente pelas empresas é o chamado *Partnership*. Muito mais que uma parceira, o modelo representa, de fato, trazer o colaborador para dentro da companhia, envolvendo-o na gestão, na responsabilidade, no propósito, nos resultados. E, ao contrário do que muitos possam pensar, não se trata de um modelo para grandes empresas. Negócios de pequeno e médio portes também podem encontrar no modelo de *partnership* uma alternativa, não apenas de reter grandes talentos, mas de impulsionar o desenvolvimento e o crescimento da companhia.

Na nossa empresa, por exemplo, adotamos este modelo há mais de 17 anos e está disponível para todos os colaboradores que realmente se indentificam com a companhia. Nossa CEO, inclusive, fez parte do programa, quando se tornou uma das sócias da empresa, em 2016, antes de assumir seu cargo em 2020.

Aqui, todos os colaboradores, a partir do cargo de analista sênior, podem angariar uma participação efetiva da constituição societária da companhia. Os pré-requisitos são o alinhamento com os valores e o propósito da empresa, além de uma visão empreendedora e o 'olhar de dono'. Obviamente que os valores comportamentais fazem muita diferença neste processo. Também é preciso um histórico de avaliações positivas nos últimos anos e fazer parte de uma das áreas estratégicas. Sempre consideramos a interação do colaborador com o seu time e o relacionamento com os demais times, além da disseminação de conhecimento, um dos nossos principais valores.

Atualmente, entre os cerca de 140 colaboradores, 10 ingressaram no quadro de sócios da empresa pelo programa. Se, para o colaborador, se tornar sócio da empresa é uma grande oportunidade na carreira, para a empresa, manter no time de sócios profissionais envolvidos, comprometidos e engajados é a melhor alternativa para garantir a perpetuidade.

(*) **Amanda Guerreschi** é Head de RH da LUZ Soluções Financeiras.

Sobre a LUZ Soluções Financeiras

Referência no segmento de soluções *front to back* para instituições financeiras *buy* e *sell side* no Brasil e na Colômbia, a LUZ Soluções Financeiras tem como objetivo ajudar as instituições a controlarem seus investimentos e riscos de forma eficiente, com segurança e transparência.

Com mais de 140 colaboradores, possui um time dedicado a pesquisar e desenvolver soluções inovadoras. Entre elas, destacam-se: **MITRA** – principal solução *front to back* do mercado financeiro; **Calculadora de Renda Fixa** na web – a mesma calculadora do MITRA; **Consultoria de Risco; Sistemas e consultoria** especializados no mercado **Previdenciário**; além da **POP** – precificadora de ativos de crédito, e da **POP Trade** – plataforma de negociação desses ativos. Para mais informações: www.luz-ef.com ou contato@luz-ef.com.

Fonte: Note!, em 18.06.2024